

Universidad de Lima

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas

Carrera de Administración



LA IMPORTANCIA DEL MANEJO DE LAS FINANZAS PERSONALES EN ACTIVIDADES DE LA ECONOMÍA NARANJA EN PERÚ

Karla Nicole Durand Castillo	20180627
Andrea Arantza Robles de la Cruz	20173816
Jhon Anderson Rojas Ambrosio	20173830
Cecilia Guadalupe Rojas Bringas	20173831
David Moises Pumacayo Apaza	20171220

Asignatura:

Gerencia de Proyectos

Profesor:

Fernando Solis Fuster

Lima – Perú

2020

Resumen

“Los imperios del futuro serán los imperios de la mente”, dijo Winston Churchill. Y es que en un mundo que se mueve por el capitalismo y por el desarrollo tecnológico, los trabajos cada vez se están haciendo más mecánicos y poco a poco las personas están siendo reemplazadas por máquinas. Es aquí donde la frase de Churchill cobra sentido, ya que una máquina jamás podrá superar el lado creativo de la mente humana. La economía naranja es la que engloba a todas estas actividades pertenecientes a industrias creativas. Sin embargo, normalmente las personas que se dedican a este tipo de actividades no tienen un manejo adecuado de sus finanzas personales, ni conocimiento acerca de términos básicos que en realidad son necesarios para su tipo de actividad. Es por ello que el presente trabajo busca analizar la importancia del manejo de las finanzas personales en actividades de la economía naranja en Perú. Se comenzará con un marco teórico previo acerca de las finanzas personales y la economía naranja. Las finanzas personales son la gestión financiera que requiere una persona para presupuestar, ahorrar y gastar su economía personal y la de su familia. La educación financiera, por otro lado, es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros, al igual que las herramientas necesarias para poder administrar sus finanzas. La economía naranja por su lado, es aquella industria que engloba a los grupos de arte y patrimonio, industrias culturales y creaciones funcionales, nuevos medios y software de contenido. Se hablará también de las principales actividades de la economía naranja en el Perú y la problemática que se desarrolla actualmente en el país, para finalmente conectar ambos conceptos y proponer una solución a la problemática encontrada, donde se sugirió incorporar un curso de finanzas personales para aquellas personas que se dedicarán a las industrias creativas, ya que es fundamental que sepan manejar conceptos básicos para poder gestionar de manera eficiente sus finanzas al momento de realizar su propio emprendimiento o negocio. La importancia de esto es que las personas no se mantengan con la idea de que “hacer arte no da suficiente dinero”, ya que, con una buena proyección y manejo de sus finanzas y su talento, se podrá seguir aumentando la producción de estas industrias e incentivando su crecimiento a nivel nacional e internacional.

Introducción

En el presente ensayo se expondrá la importancia de la educación financiera en las instituciones educativas y también en las industrias creativas que transmitió en su charla la profesora Eliana Granada.

Las motivaciones de esta investigación fueron dos; en primer lugar, que no hay una buena educación de las finanzas en los jóvenes estudiantes, y esto involucra que en un futuro les genere problemas económicos. En segundo lugar, el potencial crecimiento de la economía naranja en el Perú.

Para estos dos objetivos se ha hecho una investigación sobre las finanzas personales y cómo estás están presentes siempre. También se realizó un estudio de las industrias creativas, el significado e importancia que tienen estas en el país, y la principal problemática que estas atraviesan actualmente, en relación con la falta de educación financiera.

A partir del arduo análisis se ha identificado que una parte significativa de la economía del Perú es incentivada por las actividades de la economía naranja; sin embargo, no hay el apoyo que en otros países como Colombia sí se brindan.

Es importante señalar que la educación de ello permitirá el impulso del país respecto a la cultura y la valorización de las industrias creativas.

Discusión

1. Finanzas personales y educación financiera

1.1 Finanzas Personales

Las finanzas personales, tanto en su estudio como en la aplicación de herramientas de gestión financiera, eran la “cenicienta” de las finanzas; y es que se tenía la idea de que, a diferencia de las finanzas empresariales, las finanzas personales carecían de modelos teóricos y conceptuales propios y que simplemente había que adaptar a la escala de una persona o inversor individual, los grandes esquemas de las finanzas empresariales. Tanto es así que las finanzas personales no son incluidas en la currícula académica de muchas universidades y poco menos en los colegios, de donde debe nacer el acervo a una cultura financiera exitosa y provechosa en el futuro (Zicari, 2008).

Sin embargo, con el paso de los años se descubrió que las finanzas personales no son una simple extensión de las empresariales, y que en realidad cuentan con una importancia significativa para cualquier persona. Las finanzas personales se definen como el manejo o la administración del dinero propio o de la familia. Implica la obtención de los ingresos, como se distribuyen y cómo se gastan estos ingresos, en consumo o inversión (Rivas y Villalba, 2013).

Existen 9 motivos para saber más de finanzas personales:

1. Las finanzas están presentes en el día a día

Las finanzas personales están presentes en el día a día como el decidir dónde o qué comer, cuando se elige el tipo de transporte que conviene usar, cuando se toma una decisión relacionada al uso del dinero, las finanzas están presentes. Lo ideal sería seguir las pautas de nuestro presupuesto. Cada situación que enfrentamos ante los muchos posibles gastos diarios, son una prueba para nuestras finanzas personales. Una mala decisión nos puede llevar a un espiral interminable de deuda tras deuda. Por eso es mejor aprender un poco más de finanzas personales, para saber elegir entre las mejores opciones (Rankia, 2020)

2. El dinero es un medio para alcanzar las metas

La mayoría de las personas cuenta con ciertos recursos que son finitos; una cantidad de tiempo, de energía y por supuesto también de dinero. Es por eso que es muy importante aprender a administrar lo que se tiene de la mejor manera, para así poder sacar el máximo provecho posible. Ya que el dinero es un medio que permite acceder a las cosas y actividades que necesitamos para cumplir nuestras metas, es mejor aprender a usarlo bien (Rankia, 2020).

3. Promueve y genera la cultura de ahorro

El ahorro es uno de los temas que toma mayor importancia en las finanzas personales. Existen muchos métodos que se pueden poner en práctica para generar un buen hábito. Métodos como los retos o los que te sugieren ahorrar un porcentaje de tus ingresos (Rankia, 2020).

4. Da recursos para reducir y eliminar las deudas

Las finanzas son simples si se gana más de lo que se gasta se ahorra, y si gastas más de lo que ganas te endeudas. En este caso puede que el desconocimiento por algunos productos financieros, como las tarjetas de crédito o la distinción entre tipos de préstamos, haya llevado a estar en una situación más que grave. Se podrá encontrar buenos consejos para disminuir las deudas, hasta finalmente acabarlas. Teniendo en claro mejorar el diferencial ingresos menos gastos y ahorrar (Rankia, 2020).

5. Mejora los hábitos

Se debe comenzar con plantear mejoras en los gastos, en base a la nueva información que tienes, puede ayudarte a identificar algunos de los hábitos que quizá sería bueno mejorar. Entre estos tenemos los hábitos de compra por ejemplo. Es recomendable hacer una lista de compras, realizar compras por adelantado en base a tu presupuesto, usar tu tarjeta de crédito sin pagar intereses, entre otros. Pero saber más de finanzas personales, también permite reconocer aquellas cosas que en realidad no te están sumando, y que podrían estar causando malestares económicos. En este aspecto, el tema de aprender a distinguir entre necesidades y deseos adquiere relevancia (Rankia, 2020).

6. Da ideas para generar más ingresos

Permite generar ideas para generar un emprendimiento, como generar ingresos extras por el internet, hasta generar ingresos pasivos. Ya sea por necesidad económica o por aprovechar el tiempo en que no se labora (Rankia, 2020).

7. Favorece a la salud

Al tener mayor información sobre finanzas personales permite tomar mejores decisiones siendo acertadas. Permitiendo tener menos preocupaciones tales como el estrés, lo cual se sabe es la causante de que se deteriore la salud de las personas tanto en lo mental como en lo físico (Rankia, 2020).

8. Abre la puerta del mundo de la inversión

La inversión es el siguiente paso al ahorro, para no quedar a expensas de la pérdida del valor de dinero causada por la inflación. Pero para conocer las alternativas de inversión en el mercado debes informarte, para encontrar aquellas que se alineen mejor con tu perfil de inversionista (Rankia, 2020).

9. Bienestar personal y el de la familia

El objetivo es encontrar la felicidad en las cosas que se hacen y tienen. Porque con un mayor conocimiento de finanzas personales, se podrá tomar mejores decisiones al usar el dinero, para poder acceder a esas cosas y actividades que necesitan, a lo que les gusta y que los hace felices (Rankia, 2020)

Por ende, las finanzas personales son clave para un buen manejo financiero personal, que incluye un mejor control del dinero y una proyección a futuro para poder manejar dichos ingresos y egresos de manera estratégica y eficiente, hasta el punto de que permitan un crecimiento sostenible en la economía de las personas y de las familias.

1.2 Educación Financiera

Por otro lado, la educación financiera es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras y mejorar su bienestar (OECD, 2005). Esta se relaciona a las finanzas personales ya que le permite a las personas el entendimiento del movimiento de su dinero, y además de adquirir

dicho conocimiento básico, les permite desarrollar la habilidad administrarlo de manera eficiente.

Según Silgoni & Weber (2007), existen 5 razones principales para impulsar la educación financiera en un país:

- Mejora la política monetaria, los consumidores serán más receptivos y comprenderán mejor las cosas, las posibilidades y limitaciones de la política monetaria cuando sean conscientes de la complejidad de los conceptos económicos de la misma.
- Contribuir a un funcionamiento más fluido del mercado financiero, los individuos que comprenden conceptos básicos de las finanzas puedan tomar decisiones de inversión y financiación más acertada y poder controlar mejor su futuro financiero y mejorar en la protección del consumidor.
- Apoyar las políticas económicas sostenibles, la búsqueda de la educación financiera concede mayor autonomía a las personas.
- Apoya al bien público, es decir con la alfabetización económica y financiera, la educación financiera como parte integral de la educación básica favorece al desarrollo humano y permite el crecimiento económico.
- Construye una reputación y promueve las acciones de los bancos centrales, esta es una oportunidad para la banca central reforzar su posición de experto en temas económicos al ofrecer servicios y almacenar información de alta calidad y generar credibilidad y el cumplimiento de sus políticas monetarias.

Por lo tanto, la educación financiera es aquel proceso que desarrolla habilidades que finalmente permiten que las personas puedan tomar decisiones económicas, a partir del uso de herramientas y conocimientos básicos acerca de administración de sus finanzas personales. Es importante que se fomente la educación financiera ya que además de permitir que las personas mejoren sus finanzas personales, también les permite tener un mejor conocimiento y elección de productos financieros para tomar decisiones de este tipo, y también permiten una mejor interacción con agentes, recibiendo un mejor asesoramiento financiero.

2. Economía naranja

2.1. Antecedentes

En el estudio de British Council (2010) se afirma que el término industrias creativas tiene su origen en los años noventa siendo difundido por el Gobierno del Reino Unido. Durante ese tiempo, defensores de la noción real sobre las industrias creativas mantenían una discusión sobre el valor del arte y de la cultura.

Una gran parte de estas actividades eran patrocinadas por el estado, por lo que eran percibidas como dependientes de los subsidios estatales. Sin embargo, los defensores argumentaban que se debía considerar a todas las actividades económicas que tenían aporte cultural y creativo.

Con ello, ya no solo estaban siendo consideradas el cine, el teatro o la música, sino también industrias cuyo servicio o producto está relacionado a la producción cultural. A raíz de ello, se creó el Departamento de Cultura, Medios y Deportes, el cual tuvo como una de sus primeras funciones reconocer el impacto de las industrias creativas a nivel económico.

El estudio llamado Mapeo de las industrias creativas, reveló que generaban casi un millón de empleos y 4% del Producto Nacional Bruto de Gran Bretaña, y que facturaba £7.5 billones en exportaciones. En base a los resultados, el Departamento de Cultura, Medios y Deportes reconoció que el entorno económico estaba siendo afectado favorablemente, por lo que definió a las industrias creativas como aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad, la habilidad y el talento individual, y que tienen el potencial de crear empleos y riqueza a través de la generación y la explotación de la propiedad intelectual.

Asimismo, las clasificó y reconoció las siguientes industrias creativas: Arquitectura, arte y antigüedades, artes escénicas, artesanías, cine y vídeo, diseño, diseño y moda, edición, publicidad, música, software de ocio interactivo, software y servicios de computación, y radio y televisión. Sin embargo, con el paso del tiempo incrementó la idea de considerar las industrias creativas en conjunto y visualizar su capacidad de aportar valor entre ellas. Esta idea contemplada por el Departamento de Cultura, Medios y Deportes poco a poco fue replicada por varios países.

2.2. Estructura de la Economía Naranja

Modelo de desarrollo en el que la diversidad cultural y la creatividad son pilares de transformación social y económica. Herramientas de desarrollo cultural, social y económico. Producción/distribución etc. De bienes creativos, protegidos por los derechos de propiedad intelectual.

Asimismo, según el Ministerio de Cultura (2018) la economía naranja está dividida en tres grandes grupos: Artes y patrimonio, industrias culturales y creaciones funcionales, nuevos medios y software de contenido.

Primero, para el grupo de artes y patrimonio se tiene las siguientes actividades.

- Artes visuales: pintura, escultura, fotografía, videoarte y performance.
- Artes escénicas: conciertos, óperas, circos, orquesta, danza y teatro.
- Turismo y patrimonio cultural: museos, cocinas tradicionales, artesanías, parques naturales, bibliotecas, archivos, festivales y carnavales.
- Educación: relacionada con áreas culturales y creativas.

Segundo, para el grupo de industrias culturales se tiene las siguientes actividades.

- Editorial: librerías, libros, periódicos, revistas y literatura
- Fonográfica: música grabada.
- Audiovisual: cine, televisión, video y radio.

Tercero, para el grupo de creaciones funcionales, nuevos medios y software de contenido se tiene las siguientes actividades.

- Medios digitales: videojuegos, contenidos interactivos audiovisuales, plataformas digitales, creación de software, creación de apps y animación. Agencia de noticias y otros servicios de información.
- Diseño: interiores, artes gráficas e ilustración, joyería, juguetes, industrial(productos), arquitectura, moda e inmobiliario.

- Publicidad: servicios de asesoría, servicios creativos, producción de material publicitario, utilización de medios de difusión, creación y realización de campañas de publicidad, campañas de mercadeo y otros servicios publicitarios.

3. Principales actividades de la economía naranja en Perú

3.1. Economía naranja en Perú

El portal de la Asociación Peruana de Diseño afirma lo siguiente:

Según cifras oficiales 2,7% del PBI del Perú corresponde a la ‘economía naranja’. Comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, videojuegos, moda música, publicidad, software, TV y radio. (Asgrap, s.f.).

Como se puede observar, esta es una cifra muy pequeña y en comparación con otros países, es mínima. Este es un indicador para el análisis de la problemática.

Dentro de las principales actividades de Economía Naranja en el Perú, es importante mencionar que *“el Perú solo considera ocho segmentos, en parte porque las entidades encargadas de recolectar esta información (...) sólo cuentan con esas ocho actividades codificadas en sus bases de datos.”* (Echeandía, 2019).

“Estos ocho segmentos son: audiovisual, libros y publicaciones, diseño, música, formación cultural, arte plástico y visual, artes escénicas, juegos y juguetería”. (Alfaro & Letonia, 2018). Dentro de estos, el que más aporta es el sector audiovisual, conformado principalmente por actividades relacionadas a la televisión, radio y cine. Después se encuentra el sector editorial y el sector de música. Al otro extremo, se encuentran las artes escénicas que sólo representan un 2% del sector.

Estos datos permiten reconocer que hay una falta de productividad en esta industria, que también es un indicio para analizar la problemática peruana.

Gráfico 1: Productividad de las industrias culturales del Perú en relación a otras actividades económicas en el 2007



Fuente: Alfaro y Legonia (2018)

Por otro lado, como se puede observar en el gráfico 1, las actividades culturales en el 2007 estaban dentro de los 10 sectores más productivos, y este ha ido aumentando, representando cada vez un mayor porcentaje del PBI en el Perú.

Sin embargo, Perú es uno de los países que asigna menos del 1.0% de su PBI a actividades culturales, mientras que el promedio de los países latinoamericanos oscila entre 3.5 a 4% del PBI". (UNESCO, 2005).

Por ende, se puede afirmar que la economía naranja en el Perú cuenta con alto potencial, pero existe una problemática que ha de reconocerse para comenzar a incentivar más el crecimiento de las industrias creativas.

3.2. Ejemplos modernos

El Perú no es ajeno al avance dentro de la economía naranja y cuenta con innovaciones dentro de las industrias creativas que proponen nuevos modelos de negocio. A continuación, se presentarán algunos emprendimientos y empresas que pertenecen a esta rama.

En primer lugar, **Arte Manifiesto** es emprendimiento innovador basado en la creación de una red social, en la cual artistas latinoamericanos pertenecientes a la industria de la ilustración, pintura, dibujo, grabado, escultura, fotografía, Street art y artes digitales ofertan y exponen sus obras a consumidores amantes del arte y la cultura. La misión del proyecto es desarrollar fans del arte y promover la inspiración en los consumidores con los trabajos de los autores. Actualmente cuentan con más de 7000 artistas de los cuales el 80% son peruanos y el otro 20% artistas internacionales. La plataforma sigue en crecimiento porque muchos de estos se pasan la voz y se suscriben gratis a la plataforma. El fundador de este creativo emprendimiento ha desarrollado también el Art Jam, una competencia virtual de exposición de pinturas cuyo objetivo es que el público participe de manera activa y elija al artista ganador, a partir de ello generar el apoyo a los artistas (Canal IPe, 2017).

Por otro lado, COHETE Lab S.A.C. es una empresa que utiliza un conjunto de actividades para la transformación de las ideas en bienes y servicios culturales. Esta empresa desarrolla investigación a las industrias creativas, a partir de ello crean sus productos y los gestionan. En primer lugar, sus productos son creativos y culturales, ya que usan medios audiovisuales (videos y animación) y desarrollo de páginas web que potencian esta industria. Por ejemplo, dentro de los proyectos que ha realizado la empresa se encuentra el documental de “culturas del agua en la cuenca Chira Piura – Autoridad Nacional del Agua”. En el video se muestra cómo el agua de esta cuenca es una fuente de hidratación importante para la flora y fauna de esta región, y busca concientizar a los pobladores de hacer un buen uso de este recurso.

En segundo lugar, brindan asesorías sobre los proyectos de “propiedad intelectual, estrategias de comunicación, campañas de prensa, producción de eventos, distribución digital y contratación de artistas”. A lo largo de los años ha asesorado a grandes organizaciones, que también promueven la cultura, como el festival Selvamonos cuyo valor es de brindar un concierto de música alternativa en una ciudad determinada, la más conocida es la que se realiza anualmente en Oxapampa, en la que se presentan variedad de artistas.

4. Problemática en la realidad peruana

Como se analizó en las principales actividades de la economía naranja en el Perú, existe una problemática que debe identificarse para poder proponer una solución y buscar incentivar el crecimiento de dichas industrias.

Comenzando con el análisis del contexto peruano, se afirma lo siguiente:

Perú es el quinto país de la región con mayores ingresos generados por empresas relacionadas a la economía naranja. Actualmente este sector representa el 2.7% del PIB del país, y se estima que para el 2021 pueda generar ganancias de hasta 15,000 millones de dólares. La riqueza cultural del Perú le permitirá, bajo el impulso correcto del gobierno, ser un gran generador de empleos. (Portal AskRobin.pe, s.f.)

Sin embargo, según el Portal de la Universidad de Ciencias y Artes de Latinoamérica,

Dentro del territorio latinoamericano la economía naranja ha tenido un crecimiento importante, no obstante, estas aún son bajas en contraste con el resto del mundo. Entre los países latinos que más han crecido en esta economía se encuentra Brasil, seguido de México. En el caso de Perú la diferencia con Brasil es notoria ya que Perú aporta menos del 10% de lo que genera Brasil a la economía naranja. (UCAL, s.f.).

Esto nos da un primer indicador de que, por más que la economía naranja está en crecimiento, esta tiene mucho más potencial del que actualmente se está utilizando, por lo que se debe buscar incentivar su crecimiento.

El CEPLAN estima que la EN representa alrededor del 2.7% de nuestro PBI. Lo interesante es que se proyecta que, para el próximo año, su aporte será 5%, cifra nada despreciable, pues es, prácticamente, el doble de lo que viene aportando la pesca en los últimos diez años. Además, la EN es una fuente generadora de empleos: a nivel mundial sería el cuarto empleador del mundo. Hoy, en Perú, genera empleo a 700 mil personas. (Olivieri, 2020).

Como se puede observar, las actividades de las industrias creativas generan una cantidad significativa de empleos, pero esta situación podría mejorar aún más.

(...) de acuerdo con el estudio de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) de 2016, las exportaciones de bienes creativos en Perú crecieron de 137,8 millones en el 2003 a 270,2 millones de dólares al 2012. Esta dinámica con potencial innovador plantea la necesidad de disponer de datos rigurosos y actualizados para proyectar la inversión en el sector. (Campos, 2020).

Todos los datos estadísticos indican el crecimiento de las industrias creativas en el Perú y la necesidad de lograr aprovechar el panorama alentador de estas actividades y proyectar una inversión en dicho sector económico. Sin embargo, la principal problemática que podría impedir esto es la informalidad del Perú.

Si se realiza una comparación con los otros países, se puede afirmar que *“los países avanzados sí han logrado este fin de cuantificar el impacto de la “Economía Naranja”, sin embargo, en países como el Perú es un poco más difícil debido al alto grado de informalidad de la economía.”* (Agencia de Publicidad TRACE, 2018).

Esto significa que, debido a las altas tasas de informalidad en el Perú, es muy difícil calcular el verdadero impacto de las actividades de economía naranja para entender la situación actual del país con cifras exactas. Se debe buscar reducir dicha informalidad en este sector económico, educando bien a las personas sobre sus derechos y oportunidades en el sector.

Las industrias creativas destacan mucho por la oportunidad de desarrollar emprendimientos y negocios propios.

(...) cada vez más nacen emprendedores peruanos que emplean la industria creativa para hacer empresa. Por ello, mediante la educación se debe promover y animar a más emprendedores para apostar por las industrias creativas y culturales. Es necesario que tomen en serio los emprendimientos y creen un negocio rentable, como lo hicieron los creadores de Facebook, Netflix o Spotify. (Fasson, 2019).

Sin embargo, para que los emprendedores puedan lograr dichos negocios, normalmente necesitan una inversión que no generan de su actividad diaria. Esto normalmente pasa porque

no generan muchos ingresos y porque no pueden acceder a préstamos, o en su defecto, fallan en pagarlos y posiblemente terminan endeudándose o trabajando para pagar este.

En opinión de Felipe Cortázar, aunque la economía naranja tiene un buen impacto en el Perú, todavía “tiene un gran potencial por desarrollar” a nivel de emprendimiento. (...) El experto resaltó que los emprendedores peruanos deben ser conscientes que talento y pasión no son suficientes para prosperar. "Para sacar adelante un negocio en las industrias creativas lo que se necesita es tener un plan, no se puede dejar nada a la suerte para emprender. (Portal PQS, 2019).

Trabajar dentro de las industrias creativas requiere un esfuerzo mayor ya que son actividades que por más que estén en crecimiento, no aseguran una estabilidad económica debido a precisamente la naturaleza de estas actividades no tradicionales. Es por ello que las personas que trabajan en estas actividades deben conocer mejor acerca de sus finanzas personales, para poder administrar de manera eficiente desde los primeros ingresos que reciben, hasta los futuros proyectos que buscan emprender.

“Se debe de poner principal énfasis en facilitar la transición a la formalidad para las empresas existentes y en proveer acceso a crédito a los emprendedores que quieren transformar sus ideas creativas en bienes y servicios con un alto valor agregado”, enfatizó el profesor Alberto Requena, jefe del área académica de Gestión Cultural de la UDEP. (Perú Informa, 2019).

En conclusión, se puede observar que la importancia de la economía naranja en Latinoamérica y en Perú específicamente, ha ido aumentando en los últimos años. Es una oportunidad de desarrollo para el sector cultural y para todas aquellas personas que se apasionan por las industrias creativas. Sin embargo, al ser actividades no tradicionales, necesitan la mejor asesoría para administrar su propia carrera y trabajo, al igual que un dominio de sus finanzas personales para tener las herramientas necesarias que les permitan proyectarse y tomar las mejores decisiones a nivel económico que les permitan crecer de manera exponencial.

Es importante poder hacerle frente a la problemática de la informalidad y la falta de educación en temas tan importantes como las finanzas personales, ya que buscar una solución a estos podría ser el inicio de la transformación de la gestión de las actividades culturales, fomentando el crecimiento de aquellos artistas (profesionales y empíricos) que buscan hacer crecer el arte y el patrimonio del país.

5. Propuesta de Solución

El problema se centra en que, en el Perú, en los centros de educación superior, no existe un curso de finanzas personales dentro de las carreras profesionales de la industria creativa, por lo que se propone la aproximación de un modelo de educación financiera para las actividades tradicionales y artísticas de las universidades.

La mayoría de facultades de la industria creativa, de universidades como la USIL, Universidad de Lima, PUCP, Universidad Ricardo Palma, UNMSM, entre otras; manifiestan, en sus mallas curriculares, un deficiente o un nulo interés por las finanzas personales; tomando en cuenta ello, se plantea que el Ministerio de Cultura con la ayuda del Ministerio de Educación deben fomentar la ampliación de planes de estudio donde se incorporen cursos referentes a la educación financiera; es decir, a partir de quinto o sexto ciclo, los alumnos de pregrado empezarían a cursar materias financieras, ya que les será de gran utilidad tanto en la vida diaria como en el ámbito profesional. Asimismo, la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU), para otorgar las licencias a las casas de estudios, las cuales tienen una validez de duración de 6 años (SUNEDU, 2018), tendrá que evaluar si la universidad supervisada cumple con la incorporación de cursos financieros en sus mallas curriculares. Las materias de finanzas a implementar deben de contar con una apta bibliografía y docentes especializados en el tema, de esta forma, el alumno aprenderá a gestionar, de manera personal, sus propios recursos financieros; asimismo, es importante que el estudiante pueda llegar a engranar su profesión con las finanzas. Un ejemplo de ello sería que cuando un estudiante de comunicaciones alcance el grado de bachiller y se titule, puede salir al campo laboral con la innovación de una plataforma tecnológica, y, como todo emprendedor, al comenzar, es muy probable que no cuente con los suficientes recursos económicos para contratar a un contador o a un especialista que pueda supervisar sus finanzas, por lo que llevar los cursos propuestos dentro de su carrera profesional, le sería muy ventajoso para poder empezar. En el otro extremo, para los universitarios interesados en adquirir experiencia en empresas ya posicionadas, es

importante que dentro de las materias económicas a incorporar, debe haber una que haga énfasis en las relaciones laborales, ya que, en la actualidad, existen organizaciones empresariales “formales” que no tratan al empleado cómo se debería; en otras palabras, a veces incumplen normativas laborales, por lo que si el colaborador no tiene conocimiento de ello, puede estar siendo explotado y ultrajado de sus derechos laborales. Por otro lado, manejar el tema de libros contables y proyección de flujos de caja puede ser relevante, ya que en la vida profesional, tener conocimientos de diversas áreas aumenta el valor de la persona en el ámbito laboral; además, el versado, para su desarrollo, debe estar informado, así sea de manera general, sobre las entradas y salidas que tiene una empresa; es decir, tomando el ejemplo anterior del emprendedor, si desea abrir su empresa con la innovación de su plataforma debe tomar decisiones importante como cuánto capital colocar o dónde debe invertir y qué recursos financieros enviar al área de marketing para que se desarrollen estrategias para poder llegar a su público objetivo y, de ese modo, satisfacer las necesidades de la demanda para, así, adquirir la lealtad por parte del consumidor.

Otra propuesta de solución sería que, dentro de las universidades, se fomente las finanzas personales, mediante talleres o círculos de estudio. Asimismo, dar la oportunidad de que conferencistas expertos en el tema financiero puedan brindar charlas a los alumnos de carreras como artes, artes escénicas, artes plásticas, arquitectura, etc. Si bien es cierto, muchos estudiantes de las facultades de arquitectura o artes, en general, no tienen interés por las finanzas hasta que entran al mundo laboral; sin embargo, las universidades podrían tomar control de ello, manifestando a los profesores que algunas notas académicas deben componerse de información sobre las conferencias financieras proporcionadas; es decir, enviar a los alumnos, durante el ciclo académico, trabajos donde desarrollen papers, ensayos, infografías, entre otros, sobre dichas pláticas, de este modo, el estudiante de pre grado, quiera o no, obtendrá conocimiento de estos temas.

Una tercera propuesta puede ser sustentada en el hecho que se amplíe en la malla curricular, el último ciclo, una materia que desarrolle un tema de investigación donde el alumno pueda engranar las finanzas personales con alguna rama de su profesión, es decir, realizar un proyecto donde ellos mismos aprendan a instalar un negocio o empresa, ya sea una escuela de artes, un teatro, una empresa de diseños industriales o empresariales, etc. Mediante este curso, los alumnos obtendrán un conocimiento financiero un poco más detallado que en la segunda propuesta, pues durante cuatro meses, le darán importancia relativa al tema expuesto. No

obstante, resulta limitado considerar que el tema de las finanzas personales se puede tomar a la ligera, pues en la vida, es necesario para que el profesional se desarrolle de manera adecuada; por lo que la primera propuesta sería la más lógica, responsable y completa a aplicar.

Conclusiones

El conocimiento de cómo gestionar las finanzas personales debe ser prioridad para la educación en el país. La estabilidad en las personas es influenciada por cómo se maneja el dinero; o se ahorra o se despilfarra. Dado que se experimenta todos los días decisiones directas e indirectas en relación con el dinero, una persona con mayor conocimiento sobre finanzas personales podrá tomar mejores decisiones sobre su presupuesto para mantener su estabilidad financiera o, incluso, posibilidades de inversión.

Enseñar sobre la economía naranja en las entidades educativas del Perú es muy importante ya que, permite convertir las ideas creativas en bienes y servicios con carácter cultural, el cual permitirá generar una fuente de ingreso a la economía peruana, también permitirá crear puestos de trabajo sostenibles, rentables y duraderos para los artistas.

Pese a que el estado peruano aún no le otorga el financiamiento necesario a las actividades culturales, esto no ha sido un obstáculo para que los peruanos se atrevan a observar en las industrias creativas una oportunidad de hacer negocios. Es por eso que surgen miles de emprendimientos que realzan el ingenio y la creatividad como productos o servicios culturales; ejemplo de ello aparecen Arte Manifiesto, COHETE Lab S.A.C. y Selvamonos.

El futuro de las industrias creativas en el Perú, en base a datos, se visualiza con un escenario alentador. Hubo un incremento en los ingresos de las empresas con economías naranjas y en las exportaciones de bienes creativos. Estas industrias representan cada vez más parte del PBI peruano. Sin embargo; mientras no se disminuya la informalidad en la economía peruana, no se sabrá con exactitud qué tanto valor le otorga las actividades de la economía naranja al país.

Como última conclusión es que debe de haber una involucración del ministerio de educación con el ministerio de cultura para desarrollar un plan de educación financiera personal y creativa, que tanto hace falta en el país. A través de este, los colegios, universidades y otros institutos educativos crearán una malla curricular en la que se enseñe la importancia de las finanzas y que se debe de hacer uso de la economía naranja para el desarrollo de un proyecto.

REFERENCIAS

Agencia de Publicidad TRACE. (2018). UCAL: La economía naranja representa US\$ 4,720 millones del PBI en el Perú. Recuperado de: <https://traceperu.com/ucal-la-economia-naranja-representa-us-4720-millones-del-pbi-del-peru/>

Asgrap. (s.f.). Las industrias creativas o economía naranja. ASGRAP. recuperado de: <https://asgrap.com/economianaranja/#:~:text=La%20'econom%C3%ADa%20naranja'%20es%20aquella,a%20la%20'econom%C3%ADa%20naranja'>.

British Council. (2010). *Guía para mapear industrias creativas*. https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_ODAI_Guia-practica-para-mapear-las-industrias-creativas_v1_010110.pdf

Campos, C. (2020). ¿Qué le falta a América Latina y al Perú para que la industria creativa mueva la economía? MBA América Economía. Recuperado de: <https://mba.americaeconomia.com/articulos/columnas/que-le-falta-america-latina-y-al-peru-para-que-la-industria-creativa-mueva-la>

Fasson, A. (2019). La economía naranja: una forma de emprendimiento, innovación y tecnología. ESAN. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2019/03/05/la-economia-naranja-una-forma-de-emprendimiento-innovacion-y-tecnologia>

Lopez Garcia. “Definición de las finanzas personales”. Recuperado el 3 de diciembre de 2020. Recuperado de: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11784/LopezGarcia_JuanCarlo

Mincultura. (2018). *ABC Economía Naranja*. https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_.pdf

OCD. Definición de la educación financiera. Recuperado el 3 de diciembre de 2020.

Recuperado de:

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/83054/Educaci_n_Financiera.pdf

Olivieri, C. (2020). ¿Viceministerio de la creatividad y la economía naranja? Diario Gestión.

Recuperado de: <https://gestion.pe/opinion/viceministerio-de-la-creatividad-y-la-economia-naranja-noticia/?ref=gesr>

Perú Informa. (2019). La economía naranja: cuando la cultura es rentable. Recuperado de:

<http://www.peruinforma.com/la-economia-naranja-cuando-la-cultura-es-rentable/>

Portal AskRobin.pe (s.f.) Qué es la economía naranja, cuáles son sus características y

ejemplos. Recuperado de: <https://pe.askrobin.com/economia-naranja>

Rankia. (2020). “9 motivos para saber más sobre las finanzas personales”. Recuperado del 4 de diciembre de 2020”. Recuperado de:

<https://www.rankia.pe/blog/ruta-buenas-finanzas/4445468-9-motivos-para-saber-mas-finanzas-personales>

UCAL. (s.f.) Qué es la economía naranja. Recuperado de: <http://ucal.edu.pe/noticias-y-eventos/publicaciones/economia-naranja-creatividad>

Universidad Inca Garcilaso de la Vega. “Antecedentes de la educación financiera”.

Recuperado el 3 de diciembre de 2020. Recuperado de:

<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1393>

Zicari.”Antecedentes de las finanzas personales”. Recuperado el 3 de diciembre de 2020.

Recuperado de:

<https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11784/>

